
KAPITASELEKTA HUMAS



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

Melati Tobing Ir. M.Si

Hak Cipta ©
Pada Penulis dan dilindungi Undang-undang
Hak Penerbitan pada Penerbit yang ditunjuk
Oleh Universitas Kristen Indonesia

Dilarang mengutip sebagian ataupun seluruh buku ini
dalam bentuk apapun tanpa izin Penulis dan Penerbit

Karya Penulisan Modul, September 2013
Penulis : Melati Tobing Ir. Msi.
Lektor Fisipol – UKI

Printing & Editing : Tiara
tiara@yahoo.com

No. 08/IKOM/01.2013

Pembuat Silabus, Persetujuan Kaprodi IKOM

Reviewer, Penunjukan Purek I, Karo Administrasi Akademik

Penulis : Melati Tobing, Ir. M.Si.

Sesuai Pedoman Pelatihan Modul Th. 2010 FISIPOL – UKI

Standard Operating Procedures (SOP) Bidang Akademik:

SOP Update Package Learning Pembuatan Modul

System Balanced Score Card (BSC) yang mulai berlaku di UKI pada Tahun
Akademik 2007/2008

DAFTAR ISI

TINJAUAN MATA KULIAH

MODUL 1	: PENGERTIAN HUBUNGAN MASYARAKAT PROFESIONAL	1.1
Kegiatan Belajar 1	<i>: Pengertian, Sejarah dan Fungsi Manajemen Hubungan Masyarakat</i>	1.4
	Latihan 1	1.12
	Rangkuman	1.13
	Test Formatif 1	1.14
Kegiatan Belajar 2	<i>: Proses Komunikasi, Bagian Proses Hubungan Masyarakat</i>	1.17
	Latihan 2	1.19
	Rangkuman	1.19
	Test Formatif 2	1.20
Kunci Jawaban Test Formatif		1.22
MODUL 2	: TUJUAN DAN LUAS LINGKUP HUBUNGAN MASYARAKAT SEBAGAI LEMBAGA PROFESIONAL	2.1
Kegiatan Belajar 1	<i>: Tujuan dan Luas Lingkup Hubungan Masyarakat</i>	2.3
	Latihan 1	2.6
	Rangkuman	2.7
	Test Formatif 1	2.8
Kunci Jawaban Test Formatif		2.24
Referensi		2.27
MODUL 3	: HUBUNGAN MASYARAKAT: FUNGSI MANAJEMEN DAN ORGANISASI	3.1
Kegiatan Belajar 1	<i>: Hubungan Masyarakat dan Fungsi Manajemen</i>	3.3
	Latihan 1	3.8
	Rangkuman	3.8
	Test Formatif 1	3.9

Kegiatan Belajar 2	: <i>Kedudukan Hubungan Masyarakat Di Dalam Organisasi</i>	3.12
	Latihan 2	3.15
	Rangkuman	3.17
	Test Formatif 2	3.17
Kunci Jawaban Test Formatif		3.20
Referensi		3.23
MODUL 4	: STRUKTUR ORGANISASI DAN BIDANG TUGAS HUBUNGAN MASYARAKAT	4.1
Kegiatan Belajar 1	: <i>Struktur Organisasi Hubungan Masyarakat</i>	4.3
	Latihan 1	4.6
	Rangkuman	4.7
	Test Formatif 1	4.8
Kegiatan Belajar 2	: <i>Bidang-bidang Tugas, Pekerjaan Hubungan Masyarakat</i>	4.11
	Latihan 2	4.16
	Rangkuman	4.18
	Test Formatif 2	4.18
Kunci Jawaban Test Formatif		4.21
Referensi		4.24
MODUL 5	: PENGEMBANGAN FUNGSI MANAJEMEN PENGGERAK DAN TENAGA HUMAS	5.1
Kegiatan Belajar 1	: <i>Penggerakkan dan Pengarahan Kegiatan Humas</i>	5.3
	Latihan 1	5.29
	Rangkuman	5.31
	Test Formatif 1	5.32
Kegiatan Belajar 2	: <i>Persyaratan Tenaga Humas</i>	5.34
	Latihan 2	5.42
	Rangkuman	5.42
	Test Formatif 2	5.44
Kunci Jawaban Test Formatif		5.47

MODUL 6	: BUDAYA KORPORAT DAN PROFESIONALISME DALAM MENDUKUNG NORMA-NORMA, IDENTITAS DAN CITRA PERUSAHAAN	6.1
Kegiatan Belajar 1	: <i>Budaya Korporat dalam Kaitannya dengan Manajemen Hubungan Masyarakat</i>	6.3
	Latihan 1	6.17
	Rangkuman	6.18
	Test Formatif 1	6.19
Kegiatan Belajar 2	: <i>Profesionalisme dan Etika Hubungan Masyarakat, Problematik dan Masa depannya</i>	6.22
	Latihan 2	6.29
	Rangkuman	6.30
	Test Formatif 2	6.31
Kunci Jawaban Test Formatif		6.35
MODUL 7	: PERMASALAHAN SOSIAL DAN PERSPEKTIF KEHUMASAN	7.1
Kegiatan Belajar 1	: <i>Memberikan gambaran dan pemahaman berbagai tindakan humas professional dalam menyelesaikan sejumlah permasalahan sosial, baik Humas Pemerintahan maupun Non Pemerintahan.</i>	7.3
	Latihan 1	7.17
	Rangkuman	7.18
	Test Formatif 1	7.19
Kegiatan Belajar 2	: <i>Mendorong mahasiswa untuk menganalisis suatu fenomena sosial yang dapat diselesaikan melalui fungsi dan peran Humas Professional.</i>	7.22
	Latihan 2	7.29
	Rangkuman	7.30
	Test Formatif 2	7.31
		7.35

DAFTAR PUSTAKA

PENGERTIAN HUBUNGAN MASYARAKAT PROFESIONAL

1

Pendahuluan



Perkembangan ekonomi, industri, teknologi dan hubungan antar-bangsa telah menumbuhkan-kembangkan suatu ilmu pengetahuan yang dinamakan *Public Relations*, atau yang dialih-bahasakan ke dalam bahasa Indonesia dengan **Hubungan Masyarakat**, yang disingkat **Humas**. Hubungan Masyarakat menuntut terjalin hubungan timbal-balik yang harmonis antara lembaga-lembaga profit dan non-profit dengan masyarakat atau publik yang di dalam pengertian Hubungan Masyarakat dikenal dengan sebutan publik atau khalayak.

Bagi bangsa Indonesia yang sedang membangun, keberadaan Hubungan Masyarakat merupakan pula suatu keharusan, sebagai suatu sarana penunjang dalam kegiatan pembangunan, yang penting antara lain peranan Hubungan Masyarakat untuk menyadarkan masyarakat akan arti pentingnya kegiatan kehumasan.

Perkembangan ini telah menuntut perlunya dipelajari suatu pengetahuan baik teori maupun keterampilan praktis. Untuk **mempelajari** Hubungan Masyarakat sebagai suatu **profesi**, diperlukan suatu ketekunan karena ilmu pengetahuan ini mempunyai keterkaitan dan bertolak belakang dengan pengetahuan-pengetahuan lainnya yang tercakup dalam Ilmu Komunikasi, yaitu jurnalistik, periklanan, publisitas, promosi dan sebagainya.

Disamping itu di dalam mempraktekkan profesi ini perlu pula dipahami ilmu-ilmu pengetahuan penunjang lainnya misalnya politik, sosial, psikologi, ekonomi, statistik, industri dan lainnya.

Hubungan Masyarakat dapat dikatakan suatu ilmu pengetahuan yang agak kompleks, karena jangkauannya yang luas, dan **profesi** ini mengenal dua golongan khalayak yang akan menjadi sasarannya, yaitu khalayak dalam (*internal public*) dan khalayak luar (*external public*). Maka penanganan profesi ini bukanlah suatu pekerjaan sambil lalu saja, tetapi harus dipelajari dan ditekuni sungguh-sungguh dan secara mendalam, sehingga dapat menjadikan Anda seorang praktisi atau *Public Relations Officer*. Inilah tantangan yang harus dijawab di dalam menyampaikan atau menguraikan mata kuliah ini melalui modul Etika Kehumasan. Etika Kehumasan atau Etika Profesi Humas sebagai Mata Kuliah bidang Kosentrasi Humas, membahas etika profesi praktisi *Practitioner* dan pimpinan Humas (*Public Relations Officer*).

Profesi dalam “Kamus Besar Bahasa Indonesia”, hanya berkaitan dengan **bidang pekerjaan** yang dilandasi **pendidikan keahlian** tertentu, dapat disebut antara lain profesi Hubungan Masyarakat; disamping profesi lainnya: kedokteran, pengacara, dsb.

Pendidikan keahlian yang dimaksud meliputi bermacam-macam segi dan bentuk keahlian (Sudarmintaji, 1994, sebagaimana yang dikutip Surdiyo, 1998 dalam journal Widya No. 148 Thn XV tentang Etika Profesi Dosen) sebagai berikut:

- a. Penguasaan **teori sistematis**, yang **mendasari praktek** profesi.
- b. Penguasaan metode atau **Teknik intelektual** semacam jembatan antara **teori** dan **penerapannya** dalam **praktek**.
- c. Pemilikan kemampuan untuk **menerapkan** dalam praktek teknik intelektual tersebut pada **urusan praktek**.
- d. Pemilikan kemampuan untuk menyelesaikan pendidikan, program latihan, dan memperoleh ijazah, sertifikat atau Tanda lulus dan sebagainya.
- e. Pemilikan pengalaman yang mencukupi di lapangan.

Aspek a, b dan c inilah yang kita artikan dengan PR by function yang dilandasi pendidikan keahlian sebagai tanggung jawabnya terhadap **pekerjaan** yang dapat Anda pahami dari Modul 2 s/d 5 berikut. Sedangkan aspek b dan c diartikan “PR by Profession” sebagai tanggung jawab individual penyandang terhadap dampak dan akibat dari tindakan pelaksanaan penyandang profesi Humas sebagaimana pula Anda dapat pahami pada bahasan pokok isi Modul 6 dan 7 berikut.

Profesi bukan hanya suatu cara untuk mencari nafkah, tetapi menuntut suatu standar kompetensi dan tanggung jawab yang tergolong standar professional yang ditetapkan oleh **organisasi** atau asosiasi (himpunan) profesi, untuk menjamin suatu layanan dan melindungi hubungan **kepercayaan** dengan klien tenaga **standar etis** yang perlu dipatuhi oleh pemegang profesi bersangkutan.

Dengan memperoleh penjelasan dari mata kuliah Etika Kehumasan atau Etika Profesi Humas ini, secara umum mahasiswa diharapkan dapat menjelaskan terlebih dahulu pengetahuan luas baik teori maupun keahlian dan kemampuan praktis Humas Profesional PR by function/serta tanggung jawab individual, perilaku dan tindakan pelaksana etika dan kode etik Humas di dalam (Humas internal) dan keluar (Humas eksternal) atau PR by profession.

Secara khusus, setelah mempelajari bahasan pokok isi Modul 1 ini, mahasiswa diharapkan dapat memahami konsep penjelasan ilmiah dan memperoleh pengetahuan dan keterampilan Humas dan mempraktekannya dalam standar etika, kode etik yang ditetapkan organisasi profesi: PERHUMAS, APPRI dan IPRA.

(○ Secara khusus pula setelah membaca modul isi Anda ○)

Kapitaselektta Humas

Secara khusus setelah membaca modul kesatu ini Anda diharapkan dapat:

- a) menjelaskan konsep Hubungan Masyarakat;
- b) memahami pengertian Hubungan Masyarakat dan semua permasalahan yang terkait dalam bidang-bidang lainnya yang tercakup di dalam Ilmu Komunikasi;
- c) memahami keterkaitan Hubungan Masyarakat dengan proses komunikasi;
- d) memahami dari batasan-batasan (*definisi*) yang diberikan, bahwa Hubungan Masyarakat adalah bagian penting dalam manajemen;
- e) menguraikan kedudukan Hubungan Masyarakat dalam manajemen; dan,
- f) menguraikan faktor-faktor yang menjadikan Hubungan Masyarakat suatu profesi penting dalam kehidupan sekarang.

Hubungan masyarakat yang disingkat Humas tumbuh dan berkembang di tanah air kita, mengikuti irama pembangunan yang sedang berlangsung dengan pesatnya. Perkembangan kehumasan ini mengingatkan kita pada perkembangan lembaga ini pada permulaan abad ini di beberapa negara industri, terutama di Amerika Serikat, tanah kelahiran 'PR modern'.

a. Arti penting hubungan Masyarakat

Perkembangan yang pesat di bidang-bidang ekonomi, industri dan teknologi pada Abad ke-20 ini telah melahirkan dan diterimanya eksistensi suatu profesi yang dinamakan *Public Relations*, yang diahli-bahasakan ke dalam bahasa Indonesia. Hubungan Masyarakat dengan akronim Humas. Anda penting ketahui bahwa pertumbuhan dan perkembangan Hubungan Masyarakat bukanlah secara kebetulan, tetapi merupakan akibat yang logis dan tidak dapat dihindarkan dari perubahan masyarakat yang semakin kompleks, yang disebabkan oleh kemajuan-kemajuan di berbagai bidang tadi. Di dalam hal ini Charles S. Steinberg, sebagaimana dikutip oleh Djafar H. Assegaf, 1982 dalam bukunya "*Hubungan Masyarakat dalam Praktek*" ada 5 faktor yang mendorong perkembangan Hubungan Masyarakat, yaitu:

- 1) Pertumbuhan **industri** yang semakin kompleks;
- 2) Perkembangan teknologi dan **media massa** yang cepat dan jaringan media massa yang semakin besar;
- 3) Pertumbuhan usaha-usaha **niaga** dan **industri raksasa** serta mulai munculnya **kritik-kritik** dari tokoh-tokoh **masyarakat dan para pembaharu**;
- 4) Timbulnya **persaingan** yang hebat antara sesama perusahaan, baik niaga maupun industri, sehingga dirasakan sekali perlunya **dukungan pendapat umum dan inisiatif masyarakat**; dan
- 5) Perluasan **pendidikan** yang menyebabkan masyarakat **membutuhkan lebih banyak fakta dan informasi**.

Berdasarkan kelima faktor ini, Anda dapat melihat demikian pesatnya perubahan-perubahan yang terjadi di dunia sekarang ini, sehingga Hubungan Masyarakat **menjadi** sarana penting untuk suatu **lembaga, organisasi atau perusahaan**, baik **pemerintahan** maupun **swasta**.

Oleh karena itulah sebagai suatu **bagian** dalam suatu lembaga atau organisasi yang dapat ikut menunjang perkembangan dan kemajuan organisasi atau perusahaan yang bersangkutan, Hubungan Masyarakat akan berusaha **mencari** informasi sebanyak mungkin

mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan lembaga atau organisasi yang diwakilinya, atau **membantu** lembaga atau organisasi dimaksudkan untuk memperoleh dukungan masyarakat.

Maka jelaslah bahwa Hubungan Masyarakat telah menjadi suatu lembaga yang keberadaannya merupakan **keharusan** pada setiap organisasi atau perusahaan.

Demikian **populernya** Hubungan Masyarakat dewasa ini di negara kita, sehingga dapat dikatakan keberadaan **lembaga** ini pada setiap kegiatan merupakan pula suatu keharusan. Apa pun hal bentuk kegiatan itu, harus ada suatu **badan** bernama Humas. Sebagai contoh di dalam panitia peringatan atau perayaan, bahkan ada kalanya dalam suatu panitia perkawinan pun ada badan Humasnya. Hubungan Masyarakat di dalam panitia-panitia ini hanya diberi tugas mengantar undangan, atau menjadi protokol, yang rasanya masih lumayan. Jadi fungsi Hubungan Masyarakat di dalam kaitan ini disalahartikan.

Bertolak dari asumsi ini kedudukan suatu lembaga Hubungan Masyarakat nampaknya hendak diartikan sebagai segalanya. Kita menyadari bahwa orang terlalu berharap kepada kerja Hubungan Masyarakat akan dapat mengatasi segalanya, sekalipun harus diakui ruang geraknya cukup luas. Namun banyak hal yang tidak selalu dapat ditangani secara langsung oleh Hubungan Masyarakat. Hal ini disebabkan masih ada keterbatasan-keterbatasan dalam melaksanakan kerjanya.

- Anda hendaknya dapat memahami bahwa Hubungan Masyarakat adalah suatu **aktivitas komunikasi** yang berusaha **menjembatani hubungan timbal balik** antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya. Dalam hubungan ini kita mencoba memahami ungkapan yang diberikan oleh Doug Newsom dan Alan Scott, 1981 dalam buku mereka "*This is PR/The Realities of Public Relations*" yang menyebutkan "*Public Relations person is the link between the public and the institution*", yang artinya "Orang PR itu adalah penghubung antara publik dan institusi".

Jadi jelas bagi Anda kedudukan Hubungan Masyarakat adalah "*link*" (penghubung atau mata rantai) antara lembaga yang diwakilinya dengan publik. Maka kegiatan **profesi** ini jelas mencakup semua kegiatan mengenai **penelitian** terhadap **khalayak**, menerima **masukan** dari mereka, memberikan masukan pada **lembaga**, membantu merumuskan kebijakan, dan memberikan **evaluasi** mengenai keefektifan program yang dilancarkan.

- Hubungan Masyarakat ditafsirkan sangat elastis, sehingga ada anggapan bahwa **profesi** ini dapat menyangkut setiap bentuk hubungan. Ini mungkin disebabkan oleh terjemahan *Public Relations* menjadi Hubungan Masyarakat. Jadi kaitan kata 'masyarakat' itu dapat diartikan luas sekali, yang terkadang berada di luar pengertian dan jangkauannya, sebagaimana harusnya. Di dalam pembahasan ini masalah terjemahan tersebut tidak perlu merisaukan, karena apa pun istilah yang dipergunakan, yang menjadi pokok tujuan kita adalah mempelajari materinya.

Memang masih ada beberapa ahli yang mempersoalkan terjemahan ini, ada yang mengatakan *Public Relations* lebih relevan, sedang Hubungan Masyarakat tidak, karena tidak mencerminkan apa yang dikandung oleh istilah Inggrisnya, dan secara akademis

sudah diakui di perguruan-perguruan tinggi dan sudah dipergunakan sebagaimana harusnya di berbagai organisasi, baik pemerintah maupun swasta.

- **Fungsi Humas dan Kegunaannya.**

Ada yang menafsirkan Hubungan Masyarakat sebagai kegiatan **promosi, publisitas, iklan** dan bahkan **propoganda**. Memang kegiatan-kegiatan ini ada persamaannya karena berpegang pada suatu landasan kerja untuk menyebarluaskan informasi. Tetapi terdapat **perbedaan-perbedaan** diantara keempat unit ini dengan kegiatan Hubungan Masyarakat. **Promosi, publisitas, iklan** dan *press-agentry* memang dapat digunakan di dalam praktek kehumasan, sesuai dengan bentuk atau program yang direncanakan; akan tetapi **tidak** dapat disamakan dengan kegiatan propoganda. Masyarakat mempunyai tata kerja sendiri, dan di dalam perkembangannya berkaitan erat dengan situasi dan kondisi politik, sosial, budaya, ekonomi, industri dan teknologi di suatu negara. Memang tidak dapat disangkal kegiatan-kegiatan promosi, publisitas atau iklan juga ada **kaitannya** dengan kegiatan kehumasan, misalnya di dalam dunia bisnis, perdagangan, perbankan, bahkan di dalam kegiatan olah raga.

Publisitas merupakan upaya untuk menyebarluaskan informasi, misalnya melalui media atau kegiatan lainnya; dan kegiatan ini tidak memperhitungkan suatu reaksi atau balikan dari khalayak yang dituju. Sementara **iklan** membantu pihak manajemen suatu organisasi antara lain mengenai penjualan dan menyebarluaskan kegiatannya melalui media dengan kolom-kolom yang dibayar. Sedang **promosi** adalah kegiatan peningkatan suatu usaha atau produk suatu perusahaan melalui media atau sarana lainnya, misalnya menggunakan papan reklame atau sarana lainnya yang dapat menarik minat khalayak. **Press-agentry** yang lahir sebelum kegiatan Hubungan Masyarakat menjadi suatu profesi, adalah juga usaha penyebarluasan informasi, tetapi tidak memperhitungkan perlunya suatu balikan.

Anda diharapkan dapat memahami uraian diatas, dan sekarang kita bahas **propoganda**. Dasar **propoganda** pada prinsipnya adalah menyebarluaskan informasi, tetapi tidak secara persuasif (mengajak, menghimbau), dan banyak menekankan kegiatannya pada *coersive* (paksaan). Propoganda merupakan suatu usaha yang terselubung, mengaburkan fakta-fakta, jadi tidak terbuka sebagaimana halnya Hubungan masyarakat yang memberikan tekanan pada kejujuran dan keterbukaan. Dalam hal ini William Albig, seorang pakar opini publik mengatakan "propoganda berusaha menyebarluaskan suatu pendapat melalui suatu sumber tersembunyi dengan maksud-maksud terselubung". Propoganda telah berkembang menjadi suatu "kekuatan jahat" dengan menimbulkan kebencian dan ketakutan.

Pada Perang Dunia II, Nazi Jerman menggunakan propoganda untuk mencapai tujuannya dengan menghalalkan cara apa pun. Sekalipun dewasa ini banyak negara dengan menggunakan sarana propoganda dalam kegiatan penyebarluasan informasinya karena pengalaman perang dunia itu, tetapi masih ada negara-negara yang mempergunakannya

sebagai alat utama dalam percaturan internasional untuk menimbulkan kebencian dan menggunakan caci-maki mengenal lawannya misalnya negara-negara komunis.

Pada zaman Romawi, suatu zaman yang banyak melahirkan kegiatan yang berkaitan dengan komunikasi dan Hubungan Masyarakat (yang diuraikan di bagian lain modul ini), telah melancarkan slogan-slogan yang mengagung-agungkan kebesarannya di zaman itu melalui kegiatan propoganda. Jadi jelas bagi Anda perbedaan hakiki antara Hubungan Masyarakat dengan propoganda.

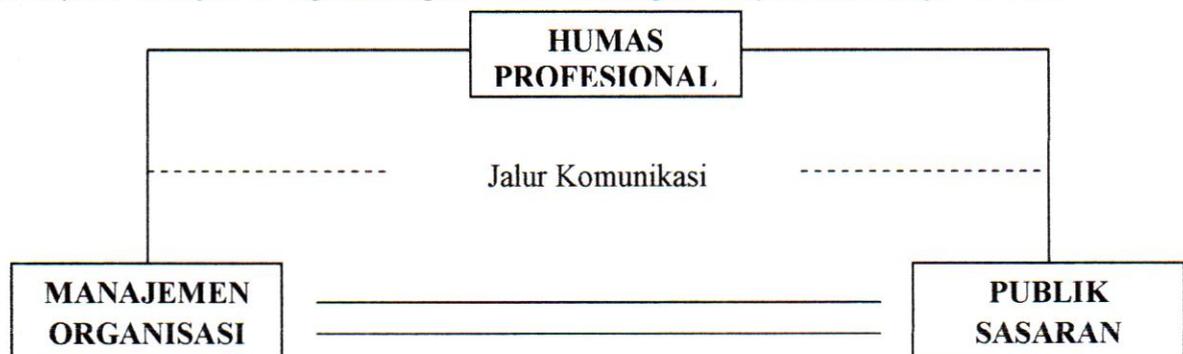
Tentu Anda ingin mengetahui arti kegunaan atau dan manfaat Hubungan Masyarakat bagi seorang individu, suatu lembaga, instansi pemerintahan atau perusahaan. Ada pula yang bertanya bagaimana **cara Humas bekerja**, dan apakah lembaga ini merupakan suatu sains. Ada pula yang bertanya bagaimana hubungannya dengan pimpinan suatu organisasi, baik pemerintahan maupun perusahaan. Timbul pula pertanyaan perlukah Hubungan Masyarakat hadir pada suatu organisasi, baik lembaga pemerintahan maupun perusahaan yang secara singkat telah diuraikan sebelumnya. Pertanyaan-pertanyaan ini akan dibahas di dalam modul-modul selanjutnya.

Baiklah dalam uraian ini kita tinjau sekilas **keterkaitan** Hubungan Masyarakat dari kegiatan **penerangan** dan **media massa**, yang merupakan faktor penunjang bagi keberhasilan suatu program, terutama di dalam rangka pembangunan di negara kita. Tidak dapat di sangkal salah satu faktor penentu kelancaran roda pembangunan nasional kita adalah partisipasi (peran serta) seluruh rakyat, yang kesadarannya harus ditingkatkan melalui informasi yang disampaikan kepada mereka melalui kegiatan kehumasan. Masyarakat perlu memahami setiap program Pemerintah dan dapat menjadikannya suatu yang sangat berharga untuk dimiliki, atau dengan kata lain adanya '*sense of belonging*'. Dalam rangka meningkatkan peran serta masyarakat, secara implisit peranan Hubungan Masyarakat tercakup di dalam setiap GBHN ketika membicarakan masalah informasi dan peranan media.

- **Hubungan cara kerja tiga komponen Humas**

Di dalam uraian ini perlu Anda ketahui **mekanisme kerja** atau bagaimana mekanisme **interaksi** Hubungan Masyarakat. James E. Grunig, sebagaimana dikutip oleh Doug Newsom dan Alan Scott, 1981 di dalam buku mereka, "*This is PR/The Realities of Public Relations*".

Skema ini mengilustrasikan hubungan-hubungan dan cara kerja ketiga komponen pokok, yaitu manajemen organisasi, publik dan Hubungan Masyarakat, sebagai berikut:



Dalam skema ini Anda dapat memahami cara kerja ketiga komponen kehumasan yang dimaksudkan di dalam setiap kegiatan Hubungan Masyarakat, yang dimulai dari •peranan yang dimainkan oleh manajemen organisasi yang di dalam hal ini kita gambarkan memberikan tugas pada Hubungan Masyarakat untuk mengetahui sikap publik atau khalayak sasaran (*target audience*) mengenai keberadaan suatu organisasi atau perusahaan.

- Pada tingkat selanjutnya Hubungan Masyarakat menyampaikan pesan tadi pada publik, yang kemudian • bvmenerima reaksi dari publik yang disampaikan kepada pihak manajemen untuk merumuskan program selanjutnya.

b. Sejarah singkat Hubungan Masyarakat

Dari uraian di atas Anda telah memahami arti penting Hubungan Masyarakat di dalam kehidupan modern sekarang ini.

Hubungan masyarakat masih tergolong **muda** dalam usia sebagai suatu profesi dan ilmu pengetahuan dibandingkan dengan profesi-profesi lainnya. Misalnya di zaman batu, manusia dalam memenuhi kebutuhannya menukar barang-barang secara barter, yang dilakukan melalui suatu komunikasi yang persuasif. Sebenarnya hal ini sudah merupakan suatu bentuk Hubungan Masyarakat dalam praktik. Secara umum Hubungan Masyarakat adalah **sama tuanya** dengan peradaban umat manusia, yang ketika itu sudah menentukan saling pengertian antar-pribadi dan antar-kelompok. Piramida, patung, prasasti, candi, kuburan-kuburan kuno, lukisan-lukisan dan bentuk-bentuk tulisan melukiskan sesuatu yang dapat dipahami untuk mempelajari perkembangan dari masa ke masa. Ini semuanya sudah merupakan *pencerminan dari praktik kehumasan*, dimana simbol-simbol memainkan peranannya.

- Di zaman **Romawi**, misalnya, praktik kehumasan, juga praktik mengumpulkan pendapat umum (**opini publik**) dan publisitas sudah berkembang, tetapi tidak dalam bentuk yang kita kenal sekarang ini. Di zaman itu sudah dilakukan penelitian mengenai opini publik yang diperlukan untuk konsumsi para penguasa guna mengetahui perkembangan dan untuk memantapkan kekuasaannya. Pembentukan opini publik ketika itu dipraktikkan antara lain melalui pidato-pidato yang bersifat persuasif di dalam senat Romawi. Cicero merupakan salah seorang pemimpin Romawi yang menggunakan cara ini untuk mempengaruhi para senator di kerajaan itu.

- Pada tahun 59 SM Julius Caesar menciptakan suatu bentuk sarana yang disebut *Acta Diurna* semacam **koran tembok**, yang oleh para ahli disebutkan sebagai koran pertama di dunia. *Acta Duarna* yang ditulis dengan huruf Latin dapat menyampaikan berbagai macam pengumuman untuk rakyat. Kemudian lahirlah publisitas yang merupakan sarana yang digunakan oleh para kaisar setelah Julius Caesar, sebagai suatu cara lain untuk menyampaikan pesan. Jadi praktik-praktik ini sudah merupakan bentuk kehumasan.

- Glenn dan Denny Griswold, sebagaimana dikutip oleh Oemi Abdurachman, M.A., 1979 di dalam bukunya, "*Dasar-dasar Public Relations*" menyatakan, bahwa "Cleopatra dengan

segala kemegahan ratu menyambut Mark Anthony di tepi Sungai Nil. Ratu Mesir itu pada waktu itu sedang mempraktikkan Hubungan Masyarakat.”

Sejarah penggunaan **istilah** Hubungan Masyarakat sebagai yang kita kenal sekarang ini mengalami banyak terkaan, ada yang mengatakan profesi ini dikenal mulai Abad ke-20. Akan tetapi para ahli di Amerika Serikat, negara asal *Public Relations*, berpendapat bahwa kegiatan Hubungan Masyarakat sudah digunakan pada **akhir** Abad ke-19. Bahkan kegiatan ini sudah ada jauh **sebelumnya**, sama tuanya dengan peradaban manusia meskipun belum melembaga. Tidak ada catatan yang jelas kapan profesi ini di kenal sebagai suatu lembaga. Suami istri Glenn dan Denny Griswold, 1980 di dalam bukunya “*Your Public Relations*” menyatakan: “*There is no documentation to mark precisely the beginning of Public Relations as an organized activity.*” (Tidak ada dokumentasi untuk mencatat dengan tepat kapan dimulainya PR sebagai suatu kegiatan terorganisasi).

Sementara itu ada para ahli sejarah Hubungan Masyarakat menyatakan profesi ini dimulai bersamaan dengan berkembangnya perdagangan di Eropa, yaitu di Abad Pertengahan bersamaan dengan lahirnya Revolusi Industri yang membawa perubahan-perubahan besar dalam kehidupan manusia.

- Dengan Revolusi Industri tersebut perusahaan-perusahaan di bidang industri mengalami kelebihan produksi (*over production*) yang menimbulkan persaingan antara pengusaha untuk memasarkan produksi mereka. Bersamaan dengan itu, sektor lain yang terpengaruh adalah sektor tenaga manusia, yang dianggap dan disamakan dengan mesin, dan dianggap sebagai milik majikan atau semacam barang dagangan saja.

Perkembangan ini secara langsung maupun tidak mempengaruhi hubungan antara majikan dengan buruhnya. Berhubung keadaan ini berkembang terus dan dikuatirkan dapat mempengaruhi ketegangan hubungan, maka sarikat-sarikat dengan berusaha memperbaiki hubungan dengan kaum buruh, ataupun berusaha memperluas barang dagangan mereka kepada masyarakat konsumen. Kegiatan ini oleh para ahli dinyatakan sebagai “gejala-gejala Hubungan Masyarakat”.

Perkembangan ini merupakan motivasi diperlukannya suatu lembaga yang dapat membantu menangani masalah ini. Proses kelembagaan dari Hubungan Masyarakat melalui berbagai tahap, yaitu dari gejala diperlukannya Hubungan Masyarakat sebagai suatu lembaga, yang semula dari suatu konsep, dan akhirnya menjadi suatu **profesi**. Pembakuan konsep Hubungan Masyarakat sehingga berkembang sampai saat ini adalah berkat jasa para pelopor *Public Relations*, antara lain Edward L. Bernays, Arthur Page, George Greel dan **Ivy Ledbetter Lee**.

Dari uraian ini Anda dapat menyimak perkembangan singkat Hubungan Masyarakat sehingga menjadi suatu lembaga yang kita tekuni sekarang ini. Edward L. Bernays adalah orang pertama yang memberikan kuliah *Public Relations* di Universitas New York. Arthur Page, pemimpin “*The American Telephone and Telegraph*” telah mencurahkan kegiatan Hubungan Masyarakat pada soal-soal yang menyangkut **hubungan perusahaan** dengan **karyawan** dan **pelanggannya**, serta **masyarakat** sekelilingnya. Sementara George Greel

yang terkenal dalam mengembangkan profesi ini pada masa pemerintahan Presiden Wilson dan adalah orang pertama yang mempraktikkan Hubungan Masyarakat di dalam bidang pemerintahan.

- Tetapi yang sangat menonjol dari pelopor-pelopor ini adalah **Ivy Lee**, karena **meletakkan dasar-dasar kerja** Hubungan Masyarakat yang sampai sekarang masih berlaku. Pada tahun 1906, Ivy Lee, seorang wartawan, diminta oleh perusahaan batu bara Amerika Serikat untuk mengatasi masalah pemogokan pada perusahaan itu, yang dapat membawa akibat parah pada bidang industri. Ivy Lee mengajukan dua syarat: yang pertama, supaya ia diperkenankan duduk di *Top Management* (pimpinan puncak) perusahaan; yang kedua, supaya dia diberikan kekuasaan untuk menyampaikan semua fakta kepada pers dengan jujur dan terbuka. Sebagai hasilnya, pemogokan dapat diatasi dan terjalin hubungan baik dengan pers, yang selama ini belum dilakukan oleh pimpinan perusahaan.

Pada tahun yang sama Ivy Lee diminta oleh perusahaan kereta api, *The Pennsylvania Railroad Company*, untuk mengatasi kesulitan perusahaan yang dikarenakan tabrakan kereta api. Dia mendesak pimpinan perusahaan untuk mengumumkan semua fakta kepada pers agar diketahui oleh publik. Semua pimpinan keberatan dengan permintaan tersebut, yang akhirnya disetujui. Dan langkah keterbukaan pertama yang dilakukannya adalah mengundang para wartawan ke lokasi kejadian. Dia menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pers. Dan Ivy Lee terkenal dengan menciptakan suatu "Deklarasi Prinsip" (*Declaration of Principles*) yang berasaskan keterbukaan pada publik, dan kerjasama dengan pers.

Apa yang dapat Anda catat dari kegiatan Ivy Lee sehingga Hubungan masyarakat menjadi suatu **profesi** sebagaimana sekarang ini. Prestasi-prestasi ini menunjukkan bahwa peranan hubungan masyarakat sangat penting untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi dengan masyarakat sehingga timbul rasa **memiliki** bersama dan **tanggung jawab** dari masyarakat, yang dengan demikian maka kelangsungan hidup dan kemajuan suatu organisasi dapat terwujud. Anda tentu memahami bahwa asas-asas ini sampai sekarang merupakan pedoman bagi kegiatan hubungan masyarakat.

- Pertumbuhan Hubungan Masyarakat di tanah air kita tidak begitu jelas asal mulanya. Ada yang mengatakan Humas berdiri di negara kita atas prakasa seorang perwira Kepolisian RI sekembalinya dari mengikuti pendidikan Amerika Serikat. Ada pula yang mengatakan profesi masuk ke Indonesia bersama-sama dengan beroperasinya perusahaan-perusahaan multi-nasional yang telah di lengkapi dengan lembaga ini. Dan menempatkannya pada posisi penting dalam jajaran organisasinya.

Pengertian dan penggunaan Hubungan masyarakat pada umumnya masih belum merata dan seragam, sekalipun akhir-akhir ini usaha ke arah itu sudah di rintis melalui **organisasi-organisasi profesi** yang ada PERHUMAS (Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia), Bakohumas (Badan koordinasi Hubungan Masyarakat) dan APPRI (Assosiasi

Perusahaan Public Relations Indonesia); dan juga melalui peraturan-peraturan yang dikeluarkan pemerintah untuk mengatur unit-unit kehumasan pemerintah.

Sementara itu berbagai universitas telah membuka Fakultas dan Jurusan hubungan masyarakat. Kecuali itu terdapat berbagai kursus-kursus singkat untuk meningkatkan keterampilan para praktisi Hubungan masyarakat telah diakui dan disadari pentingnya bagi perkembangan usaha, baik pemerintah maupun swasta.

c. Definisi-definisi Hubungan Masyarakat

Banyak batasan (definisi) mengenai Hubungan masyarakat yang telah dirumuskan, yang pada hakekatnya menjelaskan peranan yang dapat diberikan sebelumnya, melalui definisi-definisi ini Anda diharapkan akan memperoleh jawaban mengenai fungsi dan peranan Hubungan Masyarakat, sebagai suatu lembaga ilmiah.

- Sebuah batasan mengenai Hubungan Masyarakat **menurut** “*The British Institute of Public Relations*” yaitu: praktik PR adalah usaha berencana dan berkesinambungan untuk membina dan memelihara itikad baik dan pengertian bersama antara sebuah organisasi dengan publik”
- Batasan lain yang di berikan oleh seorang pakar PR dari Inggris, **Frank Jefkins**, menyatakan: “PR terdiri dari semua bentuk komunikasi berencana, baik ke dalam maupun ke luar, antara sebuah organisasi dengan publiknya dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan khusus mengenai pengertian bersama”. (di kutip dari buku ‘*Public Relations*’, 1988 Frank Jefkins).

Definisi ini mengemukakan hubungan masyarakat menggunakan **semua bentuk komunikasi** agar program yang telah direncanakan dapat mencapai sasarannya, yaitu khalayak-sasaran (*target-audince*). Definisi ini sudah menjawab keterkaitan Hubungan masyarakat dengan Ilmu Komunikasi, yang akan diuraikan pada bagian lain dari modul ini. Jelas bagi Anda bahwa komunikasi adalah **sumber pokok** bagi kegiatan Hubungan Masyarakat.

Dari batasan ini anda hanya melihat bagaimana kegiatan Hubungan Masyarakat dalam suatu organisasi atau perusahaan, yaitu memelihara hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya dan sebaliknya.

- Sementara batasan lainnya dari **PR News**, salah satu definisi tertua menyatakan: “*Public Relations* adalah suatu **fungsi manajemen** yang menafsirkan sikap-jiwa (*attitude*) publik, menjabarkan kebijakan prosedur seorang individu atau demi kepentingan publik, dan melaksanakan suatu program aksi guna memperoleh pengertian dan penerimaan publik”. Sementara Bertrand R. Canfield, 1973 dalam bukunya “*Public Relations: Principles, Cases and Problems*” mengungkapkan: “*Public Relation* adalah suatu **falsafah sosial** mengenai **manajemen** yang dinyatakan dalam kebijakan-kebijakan dan praktik-praktik melalui komunikasi dua arah dengan publik dengan upaya saling pengertian dan *goodwill*”

- Perkembangan yang pesat dalam kurun waktu terakhir ini di bidang-bidang teknologi, industri, ekonomi dan hubungan antarbangsa telah menempatkan kedudukan Hubungan Masyarakat pada suatu jenjang tersendiri yang dapat Anda ikuti dalam definisi dari “*International Public Relations Assosiation*” (IPRA) yang dirumuskan dalam sidang umumnya di Mexico City pada bulan Agustus 1978. Definisi yang di kenal dengan “*The Mexician Statement*” berbunyi: “Praktik *Public Relations* adalah seni ilmu pengetahuan sosial untuk menganalisis kecenderungan (*trends*), meramalkan konsekuensinya, mengadakan konsultasi dengan pemimpin-pemimpin dunia, dan melaksanakan program aksi terencana yang dapat memberikan pelayanan baik untuk kepentingan organisasi dan kepentingan publik”. Definisi IPRA ini memberikan tekanan untuk “**menganalisis trend**” yang dapat diartikan akan arti penting **teknik-teknik riset** sebelum merencanakan suatu program aksi.

Dari definisi-definisi ini dapat **disimpulkan** tugas Hubungan Masyarakat itu diarahkan untuk mencapai “*a sound and productive relations*” (hubungan yang sehat dan produktif) antara organisasi dan publiknya “*A sound relations*” (hubungan yang sehat) di maksudkan dapat terciptanya saling pengertian antara organisasi dan publiknya, dan *productive relations*” di artikan dapat bermanfaat dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Melalui definisi-definisi ini Anda akan dapat lebih memahami akan tujuan dan tugas Hubungan Masyarakat.

Latihan 1



Untuk memantapkan pemahaman Anda tentang **Pengertian Hubungan Masyarakat**, coba Anda kerjakan latihan di bawah ini.

1. Setelah memahami uraian mengenai pengertian tentang Hubungan Masyarakat PR by Function dan PR by Profession. Coba Anda diskusikan dengan teman-teman Anda mengenai 4 aspek etik profesi Hubungan Masyarakat dewasa ini !
2. Coba diskusikan pula dengan teman-teman Anda mengenai salah satu definisi Hubungan Masyarakat, dan bahas keterkaitanya dengan latihan pertama !
3. Coba Anda diskusikan pula dengan teman-teman relevansi Hubungan Masyarakat, misalnya dengan perkembangan dan pertumbuhan perekonomian dan perindustrian kita, mungkin pula dengan perkembangan lembaga kehumasan yang terdapat pada berbagai departemen pemerintahan !

Petunjuk Jawaban Latihan 1

1. Harap baca ulang bagian pendahuluan dari modul ini, dan simak pendapat Charles S. Steinberg mengenai perkembangan Hubungan Masyarakat.
2. Simak kembali salah satu definisi mengenai Hubungan Masyarakat dan prinsip yang dikemukakan oleh Ivy Lee.
3. Anda dapat merujuk masalah ini dengan perkembangan kehumasan di tanah air kita, dan keterkaitannya dengan pembangunan dewasa ini.

Rangkuman



Hubungan Masyarakat tumbuh dan berkembang karena di samping badan-badan atau bagian-bagian yang sudah ada pada suatu organisasi diperlukan adanya suatu lembaga yang dapat menangani hubungan organisasi, baik ke dalam maupun ke luar, terutama hubungan dengan masyarakat, karena semakin kompleks permasalahan yang dihadapi diperlukan dukungan dan pengertian masyarakat tentang organisasi.

Keberadaan lembaga Hubungan Masyarakat sudah merupakan suatu keharusan bagi setiap organisasi, baik lembaga ini merupakan suatu bagian dari tubuh organisasi itu sendiri, atau dapat menggunakan jasa-jasa kehumasan yang dapat diberikan oleh perusahaan Hubungan Masyarakat, yang di kenal dengan istilah PR consultancy. Dari definisi-definisi mengenai Hubungan Masyarakat yang sudah diuraikan sebelumnya, dapatlah dipahami pentingnya peranan yang dapat diberikan lembaga ini untuk memelihara hubungan yang harmonis antara suatu organisasi dengan publiknya, atau dapat menjembatani hubungan-hubungan yang timbal balik itu. Hal ini tersimpul di dalam suatu definisi yang di berikan oleh William L. Rivers dan Theodore Peterson serta Jay W. Jensen, sebagaimana dikutip dari buku Dr. Astrid S. Susanto, “Komunikasi dalam Teori dan Praktek “. Definisi ini berbunyi: ‘Hubungan Masyarakat adalah komunikasi dengan keahlian mengenai gagasan-gagasan yang ditujukan pada bermacam publik dengan tujuan memperoleh suatu hasil yang diinginkan’.

Dari uraian di atas Anda sudah memperoleh gambaran mengenai peranan dan lingkup tugas Hubungan Masyarakat. Di dalam uraian-uraian selanjutnya Anda akan memperoleh bahan-bahan lebih mendalam mengenai lembaga ini, yang diharapkan akan dapat membawa Anda lebih memahaminya.

Test Formatif 1



Petunjuk: Untuk soal no 1 sampai 2, pilihlah salah satu jawaban yang paling tepat dari beberapa alternatif di bawah ini !

- 1) Hubungan Masyarakat berkembang bukanlah secara kebetulan, tetapi dari ...
 - A. pertumbuhan industri yang lamban
 - B. perkembangan jaringan media massa yang cepat dan luas
 - C. perlunya suatu lembaga untuk memenangkan kepentingan pihak manajemen
 - D. perlunya suatu lembaga untuk mengurangi arti fakta dan informasi

- 2) Hubungan Masyarakat hendaknya dipahami sebagai ...
 - A. aktivitas komunikasi untuk menjembatani hubungan timbal-balik antara organisasi dengan masyarakat
 - B. aktivitas komunikasi untuk mendominasi pendapat umum
 - C. suatu sarana untuk menanggulangi semua permasalahan
 - D. lembaga yang dapat membenarkan semua tindakan manajemen terhadap masyarakat

Petunjuk untuk soal no 3 sampai dengan 10

A jika 1 dan 2 benar

B jika 1 dan 3 benar

C jika 2 dan 3 benar

D jika 1, 2 dan 3 benar

- 3) Hubungan Masyarakat sebagai suatu disiplin ilmu berkembang akibat dari pertumbuhan di...
 1. bidang-bidang ekonomi, industri, teknologi dan hubungan antarbangsa
 2. perlu ada suatu lembaga untuk menyaingi lembaga-lembaga yang sudah ada
 3. perlu suatu lembaga yang dapat menjalin suatu hubungan harmonis antara lembaga-lembaga profit dan non-profit dengan masyarakat

- 4) Hubungan Masyarakat sebagai suatu kegiatan profesi mencakup kegiatan-kegiatan....
 1. publisitas
 2. promosi
 3. propaganda

- 5) Hubungan Masyarakat sebagai suatu kegiatan profesi mencakup kegiatan-kegiatan...
 1. penelitian terhadap masyarakat
 2. menerima masukan dari masyarakat
 3. memberikan nasihat kepada manajemen

- 6) Hubungan Masyarakat tidak dapat disamakan dengan kegiatan propoganda, karena...
 1. kegiatan Hubungan Masyarakat bersifat persuasif
 2. propoganda merupakan usaha yang terselubung, mengaburkan fakta-fakta
 3. hubungan masyarakat mengandalkan keterbukaan dan kejujuran
- 7) Arti penerangan dan media massa dalam kaitannya dengan kegiatan Hubungan Masyarakat adalah....
 1. faktor penunjang dari keberhasilan suatu program
 2. meningkatkan peran serta (partisipasi) masyarakat mengenai program pembangunan nasional
 3. faktor penentu kelancaran roda pembangunan nasional
- 8) Zaman Romawi telah melahirkan beberapa kegiatan yang ada kaitannya dengan praktik Hubungan Masyarakat, misalnya
 1. pengumpulan pendapat umum
 2. publisitas
 3. lahirnya “koran tembok” *Acta Diurna*
- 9) Ivy Ledbetter mendapat julukan “pelopor Hubungan Masyarakat modern”, karena ...
 1. meletakkan dasar-dasar kerja Hubungan Masyarakat
 2. menganjurkan perlunya asas keterbukaan dalam informasi
 3. mendukung sikap kaku dari pihak manajemen perusahaan
- 10) Definisi tentang Hubungan Masyarakat mengungkapkan ...
 1. Hubungan Masyarakat terdiri dari semua bentuk komunikasi berencana
 2. Hubungan Masyarakat adalah usaha berencana dan berkesinambungan untuk membina itikad baik dan pengertian bersama antara organisasi dan publiknya
 3. Hubungan Masyarakat adalah suatu falsafah sosial mengenai manajemen

Cocokkanlah jawaban Anda dengan Kunci Jawaban Tes Formatif 1 yang terdapat di bagian akhir Buku Materi Pokok ini. Hitunglah jumlah jawaban Anda yang benar kemudian gunakan rumus di bawah ini untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi Kegiatan Belajar 1.

Rumus:

$$\text{Tingkat penguasaan Anda} = \frac{\text{Jumlah jawaban Anda yang benar}}{10} \times 100\%$$

Arti tingkat penguasaan yang Anda capai:

90% - 100% = baik sekali

80% - 89% = baik

70% - 79% = cukup

< 70% = kurang

Bila Anda mencapai tingkat penguasaan 80% atau lebih Anda dapat meneruskan dengan Kegiatan Belajar 2. **Bagus!** Tetapi bila tingkat penguasaan Anda di bawah 80% maka Anda harus mengulangi Kegiatan Belajar 1, terutama bagian yang belum Anda kuasai.

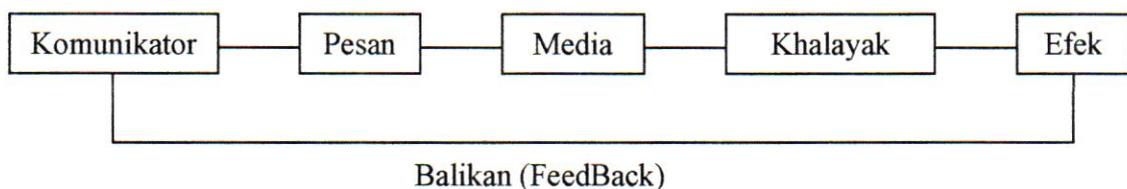
Proses Komunikasi, Bagian Proses Hubungan Masyarakat

a. Pengertian Mengenai Proses Komunikasi

Dari beberapa definisi yang diuraikan sebelumnya Anda sudah dapat memahami peranan proses komunikasi di dalam kegiatan Hubungan Masyarakat. Coba kita rujuk kembali definisi Frank Jefkins yang antara lain menyatakan “PR terdiri dari semua bentuk **komunikasi berencana**, baik ke dalam maupun ke luar.....”.

Mengapa kegiatan Hubungan Masyarakat berkaitan dengan proses komunikasi? Ini dikarenakan Hubungan Masyarakat dapat dianggap suatu **bentuk komunikasi antar-manusia** (*human communication*). Untuk melaksanakan suatu program kehumasan atau mengevaluasi efeknya, maka diperlukan untuk memahami bagaimana bekerjanya komunikasi antar-manusia.

Dalam kaitan ini pakar Ilmu Komunikasi, Wilbur Schramm di dalam uraiannya tentang Bagaimana Komunikasi Bekerja (*How Communication Works*) di dalam bukunya “*The Process and Effect of Mass Communication*” (1961) mengemukakan bahwa **dasar komunikasi** terdapat pada upaya menciptakan “kebersamaan” mengenai pemahaman tentang **informasi** atau gagasan. Prinsip ini berlaku pada setiap kegiatan komunikasi baik secara tatap-muka, atau di dalam penyampaian pesan pada orang lain, atau di dalam komunikasi antar-pribadi, agar dapat diciptakan hasil yang diinginkan. Menurut Wilbur Schramm proses komunikasi sekurang-kurangnya berisikan **tiga unsur pokok**, yaitu adanya **sumber**, adanya **pesan** atau informasi, dan adanya **tujuan**; dan terdapat pula unsur *encoding* dan *decoding*, yakni **proses pengolahan** oleh **sumber** dan **proses pemahaman** oleh **penerima** pesan atau informasi. **Kelima unsur** inilah yang menciptakan **suatu sistem komunikasi**. Untuk mengilustrasikan unsur-unsur ini, Schramm telah membuat suatu model komunikasi, yang telah dimodifikasi, sebagai berikut:



Jika kita melihat pada proses komunikasi di dalam kegiatan Hubungan Masyarakat, maka lembaga ini memainkan **peranan** yang digambarkan di dalam model komunikasi tersebut, di mana terdapat unsur **komunikator** sebagai sumber yang akan mengolah atau merumuskan **pesan** dan menentukan **media** yang akan digunakan, setelah secara dini

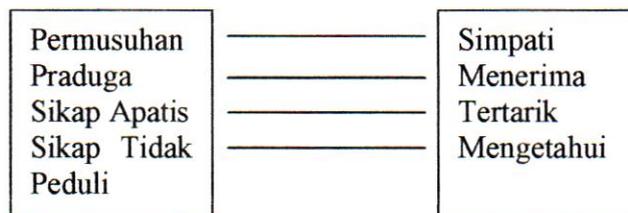
diketahui khalayak yang akan menjadi **sasaran**. Dan yang terakhir memperoleh **balikan** (*feedback*) setelah khalayak **diterpa** oleh pesan dan terjadi suatu **efek**.

Di dalam proses komunikasi **keberhasilan** untuk memperoleh dukungan, pengertian dan pemahaman khalayak bergantung pada kondisi yang ada, termasuk semua unsur yang terdapat di dalam proses komunikasi tersebut. Komunikasi yang dilakukan pada dasarnya bersifat **timbal balik**: **pertama**, karena terjadinya proses pemanfaatan bersama (*sharing*) di antara para pelakunya, di antara komunikator dan komunikan (penerima atau khalayak); **kedua**, karena inisiatif komunikasi memerlukan respons sebagai mekanisme kontrolnya. Respons ini akan membantu pembentukan sikap positif pada organisasi, sehingga apabila ada suatu permasalahan akan memperoleh tanggapan sesuai dengan bobot masalah.

Dari uraian ini Anda dapat memahami bahwa **siapa pun** yang ingin bergerak di dunia Hubungan Masyarakat, haruslah dapat **memahami** proses komunikasi oleh karena berhasil tidaknya program kehumasan yang dilancarkan sangat ditentukan oleh strategi komunikasi. Sebagaimana telah disinggung sebelumnya, proses komunikasi adalah proses hubungan antar-individu, hubungan antar-individu dengan suatu kelompok, hubungan antar-individu dengan massa atau komunikasi antar-kelompok.

Titik sentral setiap kegiatan komunikasi adalah **informasi**, yang merupakan kebutuhan manusia. Manusia setiap harinya melakukan proses komunikasi, proses penyampaian atau saling tukar menukar informasi, yang disampaikan melalui berbagai cara, termasuk yang dikerjakan oleh Hubungan Masyarakat.

Sebelum suatu program Hubungan Masyarakat dilancarkan terlebih dahulu harus diteliti opini publik, misalnya mengenai citra organisasi atau perusahaan. Mengenai ini, Pakar PR Frank Jefkins, 1986 membuat sebuah skema yang memperlihatkan **kendala-kendala** yang akan dihadapi oleh praktisi Hubungan Masyarakat, dan yang harus ditanggulangi demi berhasilnya suatu program kehumasan. Skema yang dinamakannya dengan "*PR Transfer Process*" (Proses Pengalihan PR) adalah sebagai berikut:



Jika situasi negatif yang digambarkan di atas dapat diubah menjadi situasi positif, maka program kehumasan yang dilancarkan akan membuahkan hasil yang diharapkan. Dengan uraian ini diharapkan Anda akan dapat memahami keterkaitan proses komunikasi di dalam kegiatan kehumasan. Oleh karena pada dasarnya suatu kegiatan Hubungan Masyarakat terletak pada individu-individu yang mengelolanya, yang dapat memahami proses komunikasi.

Latihan 2 Untuk memantapkan pemahaman Anda tentang **Proses Komunikasi**, coba Anda kerjakan latihan di bawah ini.



1. Setelah memahami uraian mengenai proses komunikasi, coba Anda diskusikan dengan teman-teman tentang proses komunikasi dan pengertiannya! Khususnya sejarah dan fungsi manajemen Humas.
2. Coba diskusikan pula dengan teman-teman tiga komponen mekanisme kerja Humas dalam praktik kehumasan dengan mengambil model komunikasi!

Petunjuk Jawaban Latihan 2

1. Simak salah satu definisi PR (Frank Jefkins) yang menyatakan Hubungan Masyarakat adalah semua bentuk komunikasi, atau definisi lainnya yang menyebutkan arti komunikasi dua arah bagi Hubungan Masyarakat. Coba rujuk lagi awal modul ini.
2. Proses komunikasi mengenal beberapa komponen pokok, hal demikian juga berlaku dalam kegiatan Hubungan Masyarakat. Simak kembali hal ini yang terdapat pada bagian akhir modul ini.

Rangkuman



Dari uraian mengenai proses komunikasi dapatlah dipahami peranan yang dimainkannya di dalam suatu program kehumasan. Pemahaman mengenai **proses komunikasi** merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari proses kehumasan. Untuk mencapai suatu sasaran di dalam program kehumasan harus dapat dipahami betapa pentingnya pengertian dan pemahaman mengenai pengalihan informasi dari suatu sumber ke suatu tujuan atau sasaran dengan maksud untuk menyampaikan suatu informasi atau mengubah sikap-jiwa (*attitude*) khalayak yang menjadi sasaran.

Di dalam pembahasan selanjutnya Anda akan memperoleh metode-metode yang dapat digunakan untuk mengatasi kendala-kendala tersebut.

Test Formatif 2



Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban yang paling tepat dari beberapa alternatif dibawah ini!

- 1) Proses komunikasi terkait dengan Hubungan Masyarakat, karena ...
 - A. untuk mempelajari sebab akibat prosesnya
 - B. guna meneliti suatu lembaga atau organisasi
 - C. humas merupakan komunikasi dua arah
 - D. tidak ada kegiatan sama sekali antara keduanya

- 2) Pakar Komunikasi yang meletakkan dasar proses komunikasi adalah ...
 - A. Ivy Lee
 - B. Arthur Page
 - C. Edward L. Bernays
 - D. Wilbur Schramm

- 3) Tiga unsur pokok dalam proses komunikasi, adalah seperti di bawah ini
 - A. sumber, berita, tujuan
 - B. berita, media, efek
 - C. media, berita, tujuan
 - D. efek, feedback, media

- 4) Yang dimaksudkan dengan sasaran di dalam proses komunikasi, yang juga disebut komunikan, adalah ...
 - A. khalayak
 - B. encoding
 - C. decoding
 - D. media

- 5) Bahan di dalam proses komunikasi yang merupakan titik sentral, yang juga disebutkan pesan, adalah ...
 - A. khalayak
 - B. informasi
 - C. media
 - D. kebersamaan

Cocokkanlah jawaban Anda dengan Kunci Jawaban Tes Formatif 2 yang terdapat di bagian akhir modul ini. Hitunglah jumlah jawaban Anda yang benar kemudian gunakan rumus di bawah ini untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi Kegiatan Belajar 2.

Rumus:

$$\text{Tingkat penguasaan Anda} = \frac{\text{Jumlah jawaban Anda yang benar}}{5} \times 100\%$$

Arti tingkat penguasaan yang Anda capai:

90% - 100% = baik sekali

80% - 89% = baik

70% - 79% = cukup

< 70% = kurang

Bila Anda mencapai tingkat penguasaan 80% atau lebih Anda dapat meneruskan dengan Modul 2. **Bagus!** Tetapi bila tingkat penguasaan Anda di bawah 80% maka Anda harus mengulangi Kegiatan Belajar 2, terutama bagian yang belum Anda kuasai.

KUNCI JAWABAN TES FORMATIF

Tes Formatif I

- 1) B Jawaban Anda benar! Pesatnya perkembangan jaringan media massa merupakan unsur pokok tumbuh-kembangnya Hubungan Masyarakat sebagai penghubung antara organisasi dengan publik.
- 2) A Jawaban Anda tepat! Hubungan Masyarakat adalah suatu lembaga yang dapat menjembatani hubungan timbal-balik antara organisasi dengan khalayak.
- 3) B Pertumbuhan bidang-bidang ekonomi, industri dan teknologi dan hubungan antara bangsa memerlukan suatu lembaga yang dapat menjalin hubungan baik antara organisasi dengan khalayak. Jawaban Anda benar!
- 4) A Hubungan Masyarakat merupakan suatu kegiatan komunikasi yang mendasarkan kerjanya atas publisitas dan promosi. Jawaban Anda tepat!
- 5) D Anda dapat memahami tugas-tugas Hubungan Masyarakat, dan jawaban Anda benar. Hubungan Masyarakat sebagai suatu lembaga antara lain dapat melakukan penelitian terhadap masyarakat, menerima masukan dari publik, dan memberikan nasihat kepada pihak manajemen.
- 6) B Hubungan Masyarakat banyak disalahartikan dapat melaksanakan fungsi propoganda untuk mempengaruhi khalayak. Metode kerja Hubungan Masyarakat adalah persuasif, keterbukaan dan kejujuran. Jawaban Anda benar!
- 7) D Peranan pokok Hubungan Masyarakat adalah mengupayakan keberhasilan programnya, meningkatkan peran-serta khalayak dan merupakan faktor penentu bagi kelancaran roda pembangunan nasional. Jawaban Anda tepat!
- 8) D Di zaman Romawi sekalipun dikenal kekerasan merajalela, tetapi para kaisarnya mengupayakan kemudahan untuk mengadakan komunikasi dengan publiknya. Jawaban Anda tepat!

Kapitaselektta Humas

- 9) A Jawaban Anda banar! Ivy Lee telah meletakkan dasar kerja bagi Hubungan Masyarakat.
- 10) D Tanpa komunikasi Hubungan Masyarakat tidak dapat melakukan fungsinya, dan kerjanya harus didasari oleh suatu perencanaan dan berkesinambungan serta mendasarkan kerjanya pada manajemen. Jawaban Anda tepat!

Tes Formatif 2

- 1) C Jawaban Anda benar! Keberhasilan kerja Hubungan Masyarakat harus dilandasi oleh komunikasi dua arah.
- 2) D Nama yang Anda jawab dengan benar adalah pakar komunikasi.
- 3) A Proses komunikasi mendasarkan kerjanya, karena adanya sumber, adanya berita atau pesan, dan adanya tujuan atau sasaran. Jawaban Anda benar!
- 4) A Sebagai disinggung dalam jawaban di atas, unsur tujuan yang bermaksud dalam proses komunikasi adalah khalayak. Jawaban Anda benar!
- 5) B Yang dimaksudkan dengan unsur bahan dalam proses komunikasi, adalah informasi, yang setelah diolah disebutkan dengan pesan. Jawaban Anda tepat!

REFERENSI

Abdurachman, Oemi, *Dasar-dasar Public Relations*, Bandung, Alumni, 1979.

Assegaf, Djafar A., *Hubungan Masyarakat dalam Praktek*, Jakarta, Ghalia Indonesia, 1982.

Canfield, Bertrand R. and H. Frazier Moore, *Public Relations: Principles, Cases and Problems*, 6th ed., Homewood, Illinois, 1973.

Jefkins, Frank, *Public Relations*, Repr. 1988, Macdonald & Evans Ltd, Plymouth, England.

Ketetapan-ketetapan MPR (Tentang GBHN) 1988, Departemen Penerangan, Jakarta, 1988.

Newson, Doug & Alan Scott, *This is PR/The Realities of Public Relations*, 2nd Ed., Belmont California, Wadsworth Publishing Company, 1981.

Schramm, Wilbur, *The process and Effect of Mass Communication*, 6th Printing, University of Illinois Press, Urbana, 1965.

Susanto, Astrid S., *Komunikasi dalam Teori dan Praktek I*, Cetakan Kedua, Bandung, Penerbit Binacipta, Januari 1977.